Agriculture et Agroalimentaire Canada
Agriculture and Agri-Food Canada
Canada

SECRÉTARIAT À L'ACCÈS AUX MARCHÉS
Rapport d'analyse mondiale

Produits de l'érable
Au Japon

Juin 2016

SOMMAIRE
Le Canada est le plus important exportateur de sirop d'érable et de produits de l'érable au monde, ses exportations totalisant 281 M$ US et accaparant 84 % de la part du marché mondial en 2015. Les États-Unis (É.-U.) se classent au deuxième rang, pour une valeur totale de 26,2 M$ US en 2015.

Après les É.-U., le Japon est le deuxième plus grand importateur de sirop d'érable et de produits de l'érable au monde, ses importations représentant 26,6 M$ US en 2015.

Les importations de sirop d'érable et de produits de l'érable au Japon provenaient principalement de deux fournisseurs : le Canada et les É.-U. En 2015, la valeur et le volume totaux des importations au Japon de sirop d'érable et de produits de l'érable du Canada ont diminué de 15,3 %. Bien que le pourcentage de la part de la valeur des ventes des É.-U. ait été beaucoup plus faible, il a augmenté de 3,4 %. Malgré la diminution de l'offre de sirop d'érable et de produits de l'érable du Canada au Japon, le Canada détient toujours 98,6 % de la part du marché des importations au Japon.

Presque tous les nouveaux produits de l'érable lancés au Japon entre janvier 2005 et décembre 2015 portaient la mention « Produit du Canada » sur l'étiquetage des produits, ce qui suppose qu'il s'agit d'un facteur de différenciation important du produit.

Les allégations des produits étaient axées sur le positionnement, notamment les allégations de production limitée et de produits haut de gamme. Le sirop d'érable a été utilisé dans plus de 274 nouveaux aliments et boissons lancés au Japon entre janvier 2005 et décembre 2015, dans 12 catégories de boissons et d'aliments.

Les aliments et les boissons à base de produits de l'érable ont été principalement lancés dans les sous-catégories des produits de boulangerie et des collations.

TABLE DES MATIÈRES

Sommaire 1
Sucre et sirop d'érable, Tendances commerciales 2
Attitude des consommateurs 6
Entreprises canadiennes au Japon..7
Analyse des nouveaux produits lancés 7
Conclusion 11
Pour de plus amples renseignements 11
Ressources 11

Visitez notre collection en ligne de rapports publics pour plus d'informations à ce sujet et sur d'autres marchés.

Exportations mondiales par pays

La valeur totale des exportations de sirop d'érable et de produits de l'érable dans le monde suit une tendance à la hausse depuis 2009, atteignant 332 M$ US en 2014; cela dit, le taux de croissance diminue, ce qui est souvent l'indicateur d'un secteur bien établi.

Fait intéressant, la valeur totale des exportations de sirop d'érable et de produits de l'érable de l'Afrique du Sud a connu une hausse importante en 2011 et même davantage en 2012, suivie d'une baisse aux niveaux de 2013 et de 2011. On attribue cette croissance des exportations à une augmentation de la demande de sirop d'érable et de produits de l'érable dans certains pays africains, comme le Nigeria, le Cameroun et les Comores.

Dix principaux pays exportateurs de sirop d'érable et de produits de l'érable* en 2014, en dollars américains

Pays déclarant	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Total mondial	**255 397 184**	**260 825 397**	**288 153 968**	**292 519 668**	**317 789 812**	**332 265 953**
Canada	222 506 561	224 681 496	244 505 601	249 700 844	269 563 830	280 126 326
États-Unis	19 030 322	19 672 784	25 010 644	21 443 563	25 698 622	25 618 151
Danemark	3 405 220	5 304 900	5 173 174	5 530 152	5 907 880	6 730 689
Allemagne	3 459 739	4 298 348	5 319 236	3 658 105	5 174 067	5 460 594
Royaume-Uni	1 041 112	1 302 448	1 168 108	1 348 574	3 114 208	2 501 775
Finlande	1 732 537	1 771 935	2 525 126	3 052 310	3 002 817	3 462 741
Pays-Bas	1 805 754	1 478 831	1 865 316	1 858 374	1 730 906	3 464 435
Afrique du Sud	30 800	52 294	519 971	3 453 405	672 575	164 326
Autriche	613 761	534 655	425 652	420 843	438 699	1 263 947
République tchèque	46 909	91 641	152 938	138 056	398 192	537 559

Source : *Atlas mondial du commerce*, 2016

***Note : Aux fins du présent rapport, les termes « sirop d'érable » et « produits de l'érable » ont été définis à l'aide du code SH 170220.*

Importations mondiales par pays

Selon les données sur les importations (déclarées par les autorités douanières des pays), les É.-U., le Japon et l'Allemagne sont les principaux pays importateurs de sirop d'érable et de produits de l'érable, comptant 70 % des ventes totales. L'Amérique du Nord est le plus grand importateur de sirop d'érable et de produits de l'érable, suivi des pays de l'Europe de l'Ouest et de l'Asie du Sud.

Les É.-U., le principal importateur mondial, ont affiché une légère baisse en 2010. Depuis 2010, les importations vers les É.-U. ont subi une hausse modérée.

Le taux de croissance des importations du Japon a connu une hausse marquée en 2010, mais il est à la baisse depuis. En 2015, le Japon a déclaré une valeur de vente de 26,6 M$ US et une variation de croissance de -15,08 % de 2014 à 2015.

Dix principaux pays importateurs de sirop d'érable et de produits de l'érable* en 2014, en dollars américains

Pays déclarant	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Total mondial	261 751 820	258 795 036	282 774 842	288 432 227	314 924 327	330 823 734
États-Unis	146 950 384	138 244 747	151 635 457	157 119 577	171 751 124	175 703 323
Japon	23 869 871	33 288 806	31 602 534	31 055 197	31 004 610	31 282 949
Allemagne	15 628 820	17 602 264	19 610 878	17 945 083	20 519 761	20 727 933
Royaume-Uni	13 726 454	11 770 064	12 568 023	13 437 733	16 367 680	16 159 035
Australie	7 670 894	5 704 569	9 691 843	8 786 364	10 365 194	12 095 901
Canada	8 900 920	8 420 030	11 532 979	8 507 908	11 784 832	11 433 034
Finlande	8 133 052	8 899 768	9 197 216	9 021 085	11 375 006	11 104 324
Pays-Bas	3 498 964	2 854 959	3 306 738	3 316 622	2 959 901	6 367 030
Danemark	4 241 252	4 871 781	4 058 435	4 850 731	5 156 728	5 159 353
Italie	1 758 228	1 711 201	2 112 336	3 900 940	2 389 997	4 631 326

Source : *Atlas mondial du commerce*, 2016

***Note** : *Aux fins du présent rapport, les termes « sirop d'érable » et « produits de l'érable » ont été définis à l'aide du code SH 170220.*

Exportations canadiennes par pays

Le Canada exporte ses produits dans 75 pays et est le principal exportateur de sirop d'érable et de produits de l'érable au monde, accaparant 84 % du marché mondial en 2014. Les exportations canadiennes de sirop d'érable et de produits d'érable vers des pays étrangers sont en augmentation constante depuis 2009, atteignant 281 M$ US en 2015.

Dix principaux pays importateurs de sirop d'érable et de produits de l'érable en 2015, en dollars américains

Pays partenaire	Importations en G $US	Parts de marché canadiennes	% de variation 2014-2015
Total mondial	280 951 931	100	0,29
États-Unis	179 193 191	63,78	1,30
Allemagne	24 229 578	8,62	3,45
Japon	20 666 627	7,36	- 22,98
Royaume-Uni	12 567 241	4,47	13,78
Finlande	9 464 772	3,37	4,88
Australie	9 419 855	3,35	3,79
Danemark	4 159 884	1,48	- 7,67
Corée du Sud	3 518 051	1,25	13,36
Pays-Bas	2 841 103	1,01	8,15
Belgique	1 778 800	0,63	- 3,34

Source : ***Atlas mondial du commerce*, 2016**
***Note :** Aux fins du présent rapport, les termes « sirop d'érable » et « produits de l'érable » ont été définis à l'aide du code SH 170220.*

Les É.-U. sont le plus grand marché d'exportation du sirop d'érable et de produits de l'érable du Canada. Cette tendance est constante depuis 2009, et affichait un pourcentage de 1,30 % en 2015. Le prix unitaire du sirop d'érable et des produits de l'érable du Canada est passé de 7,20 $ US en 2013 à 6,66 $US en 2015, alors que le volume a augmenté de 9,5 % par rapport à l'année précédente.

Les É.-U. sont un marché si important pour le Canada que deux États, le Vermont et la Californie, constituaient en 2015 un plus gros marché pour le Canada que l'ensemble du Japon. La plupart des dix principaux États connaissent une croissance stable des importations depuis 2011, à l'exception du New Hampshire.

Dix principaux États d'exportation du sirop d'érable et des produits de l'érable du Canada en 2015, en dollars américains

États partenaires	2011	2012	2013	2014	2015	2011-2015 TCAC* (%)
Vermont	27 359 246	32 015 454	38 996 298	41 531 845	52 946 457	17,9
Californie	29 196 779	28 627 145	33 399 368	36 043 896	48 725 747	13,7
Indiana	9 927 954	11 042 477	12 911 000	17 363 313	22 369 661	22,5
New Hampshire	21 199 660	17 976 343	16 560 149	16 290 597	21 074 911	-0,1
Pennsylvanie	10 009 325	10 788 043	11 192 573	13 862 937	19 829 802	18,6
Illinois	8 590 186	9 558 681	11 448 393	13 486 752	19 450 645	22,7
Washington	5 067 849	7 002 391	9 422 267	11 196 696	16 089 258	33,5
Texas	2 327 894	2 739 410	3 494 674	8 338 865	14 209 589	57,2
New Jersey	8 342 100	7 992 474	9 440 158	11 448 147	13 713 147	13,2
Géorgie	4 810 481	5 058 151	6 783 356	5 841 865	5 991 593	5,6

Source : Catnets, 2016 ***TCAC :** taux de croissance annuel composé
***Note : Aux fins du présent rapport, les termes « sirop d'érable » et « produits de l'érable » ont été définis à l'aide du code SH 170220.*
****Note : Taux de change calculé d'après le taux de change moyen annuel de la Banque du Canada, par année indiquée.*

Dix principaux États importateurs du sirop d'érable et des produits de l'érable du Canada en 2015, en kg

États partenaires	2011	2012	2013	2014	2015	2011-2015 TCAC* (%)
Vermont	4 465 057	5 131 161	5 608 772	5 527 709	6 084 253	8
Californie	3 599 292	3 432 272	3 669 099	3 491 103	3 590 257	-0,1
New Hampshire	3 798 067	3 124 487	2 632 719	2 286 842	2 378 546	-11
Indiana	1 239 814	1 347 869	1 605 840	1 899 137	1 965 007	12,2
Pennsylvanie	1 600 854	1 632 505	1 539 480	1 487 362	1957 630	5,2
Illinois	1 266 678	1 338 170	1 399 226	1 395 722	1 603 311	6,1
Texas	392 491	446 479	489 384	963 438	1 457 122	38,8
Washington	592 779	829 935	1 078 782	1 128 850	1 286 786	21,4
New Jersey	934 681	872 283	1 138 449	1 105 581	1 068 801	3,4
Géorgie	977 561	900 688	1 147 585	785 800	571 371	-12,6

Source : Catnets, 2016 * **TCAC :** taux de croissance annuel composé

***Note : Aux fins du présent rapport, les termes « sirop d'érable » et « produits de l'érable » ont été définis à l'aide du code SH 170220.*

Le Japon est le deuxième plus grand importateur mondial de sirop d'érable et de produits de l'érable du Canada. Cela ne représente que 7,36 % des ventes totales des exportations de sirop d'érable et de produits de l'érable du Canada. Toutefois, la part du marché n'a cessé de diminuer depuis les 12,1 % affichés en 2010. La valeur des exportations vers le Japon est en perte de vitesse depuis 2009, passant de 33,3 M$ US en 2010 à 26,6 M$ US en 2015. Les É.-U. ont subi une augmentation de la valeur, à 3 %, et de la quantité, à 13 523 kg. Cela dit, la baisse continue du marché est attribuable à la faiblesse du yen japonais et à son effet négatif sur les importations, combiné à la baisse du prix unitaire aux É.-U., qui est passé de 13,85 $ US à 9,34 $US par rapport à l'année précédente.

Importations de sirop d'érable et de produits de l'érable au Japon, en dollars américains

Pays partenaire	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Total mondial	**33 288 806**	**31 602 534**	**31 055 197**	**31 004 610**	**31 282 949**	**26 565 634**
Canada	33 027 905	31 488 195	30 959 327	30 879 254	30 931 624	26 202 487
États-Unis	260 902	111 351	95 870	123 118	351 325	363 147
Corée du Sud	-	-	-	2 238	-	-
Royaume-Uni	-	2 988	-	-	-	-

Source : Catnets, 2016

***Note :** Aux fins du présent rapport, les termes « sirop d'érable » et « produits de l'érable » ont été définis à l'aide du code SH 170220*

Importations de sirop d'érable et de produits de l'érable au Japon, en kg

Pays partenaire	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Total mondial	**3 014 408**	**2 735 657**	**2 709 326**	**2 803 214**	**3 038 627**	**2 954 860**
Canada	2 997 319	2 727 734	2 703 154	2 795 433	3 013 259	2 915 969
États-Unis	17 089	7 758	6 172	7 401	25 368	38 891
Corée du Sud	-	-	-	380	-	-
Royaume-Uni	-	165	-	-	-	-

Source : Catnets, 2016
***Note** : Aux fins du présent rapport, les termes « sirop d'érable » et « produits de l'érable » ont été définis à l'aide du code SH 170220.*

ATTITUDES DES CONSOMMATEURS

Au Japon, on considère souvent que le sirop d'érable canadien a des attributs santé, notamment qu'il est un produit « biologique », « sans additifs » ou « naturel ». Beaucoup de consommateurs japonais essaient de consommer du sirop d'érable plutôt que du sucre raffiné. Les amateurs de produits alimentaires naturels et les consommateurs de produits de médecine chinoise peuvent aussi préférer le miel et le sirop d'érable au sucre.

Les consommateurs japonais sont aussi fidèles au sirop d'érable du Canada, et le message de produit de l'érable « canadien » figure souvent sur les nouveaux sirops et autres aliments et boissons mis en marché. Les consommateurs avertis du Japon apprécient aussi les indications fournies pour chaque type de sirop d'érable (comme la catégorie de sirop clair de haute qualité ou foncé) (AAC, Mintel).

Selon la Fédération des producteurs acéricoles du Québec (FPAQ), les consommateurs asiatiques font différents usages du sirop d'érable, pas seulement pour le nappage des crêpes et des desserts, mais aussi pour la cuisson, notamment du poulet et du porc. Selon des sources de l'industrie, les consommateurs sont prêts à payer de 1 000 à 1 365 yens pour une bouteille de 250 ml, soit environ entre 8,81 $US et 12,08 $US, ce qui constitue un rapport poids/prix nettement plus élevé que celui observé pour le sirop vendu au Canada (*The Globe and Mail*, 2011).

L'organisation d'activités promotionnelles a aussi contribué à mettre en valeur les produits canadiens de l'érable au Japon. Par exemple, grâce au financement du programme Agri-marketing d'Agriculture et Agroalimentaire Canada, la FPAQ a lancé en octobre 2010 un concours de recettes, auquel plus de 200 participants ont participé, afin de promouvoir l'utilisation de produits de l'érable (gouvernement du Canada).

ENTREPRISES CANADIENNES AU JAPON

Des sociétés canadiennes ont réussi à diversifier leurs stratégies de recherche de débouchés en Asie pour leurs produits d'érable. Décacer, une entreprise d'embouteillage de sirop d'érable du Québec, est un exemple de réussite à cet égard, le Japon étant un de ses principaux débouchés pour son sirop et ses flocons d'érable (*The Globe and Mail*, 2011).

La Ferme Martinette, une autre entreprise acéricole du Québec, exporte toute une gamme de sirops d'érable dans le monde, et notamment au Japon qui est un marché cible lucratif pour ses produits haut de gamme. L'entreprise a réussi à s'y tailler une place principalement grâce à son approche adaptée spécifiquement au marché japonais; elle a un site Web en japonais et des hyperliens vers des magasins

en ligne qui offrent ses produits. La Ferme Martinette a remporté le prix de l'Entreprise de l'année de la marque Canada au gala du SIAL en 2012 (AAC).

Citadelle, une coopérative de producteurs acéricoles au Québec membre de la marque Canada, exporte aussi en Asie et en Europe. La principale marque de la coopérative, Citadelle, est bien connue à l'étranger. L'entreprise s'emploie aussi à innover; ses perles à l'érable ont mérité le grand prix Canada du volet Tendances et Innovations au gala du SIAL en 2012 (AAC).

Les entreprises canadiennes s'intéressent aussi de plus en plus à d'autres régions de l'Asie, notamment au marché en croissance de la Chine. Grâce à l'essor du tourisme chinois au Canada, les produits canadiens de l'érable sont de plus en plus connus des consommateurs chinois. Toutefois, la préoccupation de ceux-ci face aux prix demeure un défi (*The Globe and Mail*).

ANALYSE DES NOUVEAUX PRODUITS LANCÉS

Cette section analyse le sirop d'érable et les produits de l'érable lancés au Japon entre janvier 2005 et décembre 2015. Les nouveaux produits de l'érable visent les aliments et les boissons lancés au Japon portant la mention « érable ». L'analyse comprend des exemples de la manière dont le terme « érable » est utilisé et commercialisé dans divers aliments et boissons, et fournit des pistes de débouchés pour la commercialisation des ingrédients de l'érable au Japon.

Analyse du lancement de produits de l'érable

Entre 2005 et 2010, 194 nouveaux produits de l'érable ont été lancés au Japon, dont huit sirops d'érable. Parmi ses huit sirops, les produits Topvalu, DHC et Kewpie étaient du sirop d'érable pur, alors que les cinq autres produits étaient une combinaison de sirop d'érable et d'autres ingrédients, tels du caramel ou du miel.

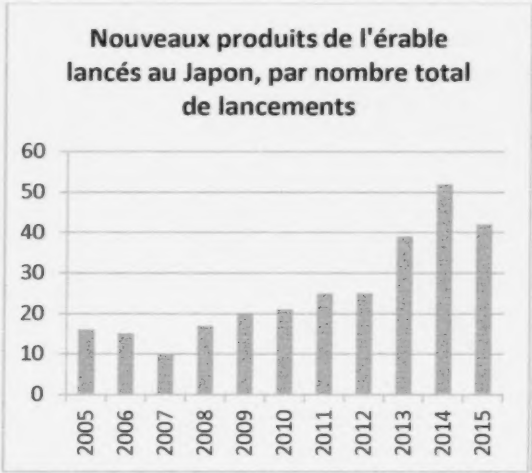
La plupart des nouveaux produits ont été lancés entre 2013 et 2015, soit 30 nouveaux produits en moyenne par année. Les prix du sirop (p/gramme) pour chacun des nouveaux produits variaient entre 0,01 $US et 0,38 $US. Des facteurs, comme le format et le type d'emballage ainsi que les ingrédients, influent sur le prix de tout produit. Le produit Topvalu de l'entreprise Aeon exigeait le prix unitaire le plus élevé et se classait au deuxième rang pour ce qui est du prix par gramme le plus élevé.

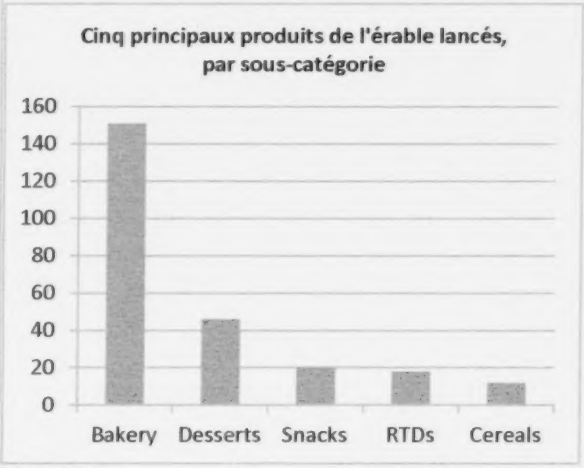
Sirops d'érable lancés au Japon, par prix – Janvier 2005 à décembre 2015

Entreprise	Marque	Allégation	Prix en dollars américains	Format de l'emballage unitaire	Type d'emballage
Aeon	Topvalu	Économie	7,17	165 g	Bouteille
DHC	Cleary's	Sans additifs ni agents de conservation/Teneur faible/nulle/réduite en sucre	6,74	250 ml	Bouteille
Kewpie	Cadeau du Québec	Non précisé	5,67	8 x 15 g	Tube
Seven & I Holdings	Seven Premium	Sans additifs ni agents de conservation, Qualité supérieure	3,26	240 g	Bouteille
Seven & I Holdings	Seven Premium	Sans additifs ni agents de conservation, Qualité supérieure	2,95	240 g	Bouteille
Nisshin Seifun Group	Nisshin	Non précisé	2,61	200 g	Bouteille
Nisshin	20th Century Fox	Non précisé	2,39	200 g	Bouteille
Nisshin	Disney Character Series	Non précisé	1,99	200 g	Bouteille

Source : Base de données GNPD de Mintel, 2016

Produits de l'érable lancés





Source des deux diagrammes : Base de données GNPD de Mintel, 2016

Entre janvier 2005 et décembre 2015, 274 produits ont été lancés au Japon, dans douze catégories. Des nouveaux produits, 49 % ont été lancés entre 2013 et 2015. Cela indique une tendance croissante et la popularité grandissante des produits contenant du sirop d'érable au Japon.

Les produits de boulangerie surpassaient les autres produits lancés au Japon, soit 151 nouveaux produits, suivis des desserts (46 nouveaux produits) et des grignotines (20 nouveaux produits). Si l'on subdivise la catégorie des produits de boulangerie, la sous-catégorie des gâteaux, pâtisseries et produits sucrés comportait 108 nouveaux produits. En ce qui concerne les desserts, la sous-catégorie des desserts réfrigérés comptait le plus grand nombre de nouveaux produits, soit 23. Dans la catégorie des grignotines, la sous-catégorie barres-collations/barres de céréales/barres énergétiques comptait le plus grand nombre de nouveaux produits, soit 14 lancements (base de données GNPD de Mintel, 2016).

De janvier 2005 à décembre 2015, 192 des 274 nouveaux produits lancés au Japon étaient de marque maison. Les produits de marque maison représentaient 30 % des nouveaux produits lancés et les produits de marque, 70 %. Sept entreprises ont lancé de nouveaux produits de marque maison, dont 68 produits de chefs de file du marché (nouveaux produits) : FamilyMart (17), Sevens & I Holdings (17), Lawson (14), Circle K Sunkus (13) et Aeon (7). Par ailleurs, 82 des nouveaux produits ont été lancés par les entreprises Morinaga Milk Industry, Tohato, Asahi Food & Healthcare, Nissin Cisco et Shikishima. Cela indique que les détaillants avaient un fort volume de ventes de produits de l'érable emballés en 2015 (Euromonitor, 2015).

Moins de la moitié des nouveaux produits de l'érable lancés au Japon comportait une allégation. L'allégation qui a enregistré la croissance la plus rapide est la mention « édition limitée », qui compte pour 24 % des cinq principales allégations, une tendance croissante de 50 % en 2015 (base de données GNDP de Mintel, 2016).

L'allégation « qualité supérieure » continue de figurer parmi les cinq principales allégations, principalement en raison des valeurs japonaises et de la demande soutenue de produits de qualité supérieure, surtout chez les consommateurs âgés. Pour répondre aux attentes élevées des personnes âgées, qui forment le groupe le plus nombreux et la population la plus riche, les fabricants continuent à développer et à lancer des produits de haute qualité, tels les produits de l'érable (Euromonitor, 2016).

Nouveaux produits de l'érable lancés au Japon
De janvier 2005 à décembre 2015, par caractéristique

Caractéristique	Nombre de lancements
Cinq principales allégations	
Édition limitée	32
Enrichi de vitamines ou de minéraux	24
Saisonnier	23
Riche en fibres ou fibres ajoutées	21
Utilisable au four à micro-ondes	21
Qualité supérieure	12
Cinq principaux ingrédients**	
Sucre blanc	253
Émulsifiants	222
Sel	195
Colorants alimentaires	189
Sirop d'érable	186
Cinq principales origines des ingrédients	
Canada	17
Québec	6
Thaïlande	3
Chine	2
Hokkaido	2
Cinq principales entreprises	
Morinaga Milk Industry	26
Tohato	22
FamilyMart	17
Seven & Holdings	17
Asahi Food & Healthcare	14
Cinq principales marques	
Pasco	8
Seven & i Delicious Bread	7
Seven Premium	6
Sucreries	6
Domremy	5
Marques maison	
Produit de marque	192
Marque maison	82
État de l'importation	
Produits non importés	4
Autre	270

Source : Base de données GNPD de Mintel, 2016
***Remarque :** Le classement est fondé sur les données de 2005-2015.
****Remarque :** Le nombre total d'ingrédients sera supérieur au nombre total de lancements, car les produits sont généralement composés de plusieurs ingrédients.

CONCLUSION

La valeur du sirop d'érable et des produits de l'érable subit une baisse au Japon en raison de la faible croissance économique du pays et de la hausse du prix unitaire. Le Canada demeure toutefois la principale source d'approvisionnement de sirop d'érable et de produits de l'érable au Japon. Les consommateurs japonais ont une grande confiance envers les produits de l'érable du Canada, qu'ils considèrent comme étant de qualité supérieure. Les fournisseurs de sirop d'érable et de produits de l'érable du Canada peuvent se concentrer sur la promotion et le maintien de la valeur des produits de l'érable au Japon, surtout que les fabricants continuent à développer et à lancer des produits de haute qualité contenant de l'érable.

POUR DE PLUS AMPLES RENSEIGNEMENTS

Les délégués commerciaux internationaux peuvent fournir à l'industrie canadienne une expertise de terrain concernant les débouchés, les conditions actuelles et les contacts d'affaires locaux, et ils sont un excellent point de contact pour obtenir des conseils à l'exportation.

- **Survol du Service des délégués commerciaux du Canada au Japon**
  www.tradecommissioner.gc.ca/jp

- **Trouvez un délégué commercial**
  www.delegues commerciaux.gc.ca/fra/trouver-contacts-commerce.jsp

Pour obtenir de plus amples renseignements sur le marché japonais et d'autres marchés, il est possible de consulter la collection complète des rapports d'analyse mondiale sous la rubrique Statistiques et renseignements sur les marchés, qui présente les revues de marché par secteur et par région, à l'adresse :

- ats-sea.agr.gc.ca

Pour obtenir de plus amples renseignements sur l'exposition FOODEX Japan 2016, veuillez communiquer avec :

- **Ben Berry, directeur adjoint**
  Stratégie et organisation, Foires commerciales
  Agriculture et Agroalimentaire Canada
  ben.berry@agr.gc.ca

RESSOURCES

Atlas du commerce mondial, 2016.

Base de données Global New Products Database de Mintel, 2016

Euromonitor International, 2016. *Packaged Foods in Japan* (en anglais seulement)

The Globe and Mail, 2011.

Rapport d'analyse mondiale

Préparé par : Ranna Bernard, analyste de marché

© Sa Majesté la Reine du chef du Canada, représentée par le ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire (2016).

Images
Les images figurant dans la présente publication sont reproduites avec la permission des titulaires des droits s'y rattachant. À moins d'avis contraire, Sa Majesté la Reine du chef du Canada est titulaire des droits d'auteur sur ces images.

Pour vous inscrire à notre liste de distribution ou pour proposer d'autres sujets ou marchés pour les rapports d'analyses mondiales, veuillez communiquer avec :

Agriculture et Agroalimentaire Canada, Analyses des marchés mondiaux
1341, chemin Baseline, Tour 5, 3e étage
Ottawa (Ontario)
CANADA
Courriel : MAS-SAM@agr.gc.ca

Le gouvernement du Canada a préparé le présent document en se fondant sur des sources d'information primaires et secondaires. Même s'il n'a ménagé aucun effort pour présenter des données exactes, Agriculture et Agroalimentaire Canada n'assume aucune responsabilité à l'égard de toute décision qui pourrait être prise sur la base de ces renseignements.

Toute reproduction ou redistribution du présent document, en totalité ou en partie, doit énoncer clairement qu'Agriculture et Agroalimentaire Canada est le titulaire du droit d'auteur du document en respectant le modèle suivant : AAC – titre du rapport – année. Si le document reproduit ou redistribué reprend des données du présent document, il y a lieu d'y indiquer les sources telles qu'elles sont inscrites dans le présent document.

Agriculture et Agroalimentaire Canada fournit le présent document ainsi que d'autres services de production de rapports gratuitement à ses clients des industries agricole et alimentaire.

RESTEZ BRANCHÉS